

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACION DE LA MICROEMPRESA DE
LACTEOS:
LACTEOS CAMPOLACT

FANY ESPERANZA GUTIERREZ DIMATE

CODIGO: 21061774

TELEFONO: 6748996

CELULAR: 3162222063

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

UNAD

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

GESTION INDUSTRIAL

Bogota. Agosto 30 de 2005.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACION DE LA MICRO EMPRESA DE
LACTEOS:
LACTEOS CAMPOLACT

PRESENTADO POR:
FANY ESPERANZA GUTIERREZ DIMATE
CODIGO: 21061774
TELEFONO: 6748996
CELULAR: 3162222063

TRABAJO PRESENTADO PARA OPTAR EL TITULO DE TECNOLOGA EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA GESTION INDUSTRIAL

PRESENTADO A:
COMITÉ DE JURADOS EVALUADORES

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
GESTION INDUSTRIAL
Bogotá, agosto 30 de 2005

INTRODUCCION

La empresa de lácteos se podrá crear en base a los estudios realizados en todas y cada una de las fases de proyecto empresarial exigidos por la facultad para la elaboración de un informe final como trabajo de grado.

En los estudios realizados en las diferentes fases se trata de demostrar la factibilidad de la microempresa como también su viabilidad para su puesta en marcha.

Estos estudios se comenzaron por escoger un lugar y en este hacer un análisis de tres posibilidades de proyectos los cuales suplieran necesidades de este, de acuerdo con esto se debía escoger la posibilidad con mayores con mayores ventajas y menores desventajas por lo cual se escogió una microempresa de lácteos (CAMPOLAC). Ya que esta ofrece un buen numero de ventajas sobre las demás posibilidades.

Así mismo se realizo un estudio de mercado identificando la demanda y la oferta donde se encontró una demanda no satisfecha lo cual mostraremos en este informe. Se continuo con un estudio técnico donde mostramos todos los pasos para la elaboración de los productos, se enumeraron las normas legales y los pasos a seguir para la constitución de la microempresa, un estudio financiero donde podemos demostrar la factibilidad del proyecto como también es sometido a un análisis de sensibilidad y un estudio acerca de los efectos que este nos pude causar en el entorno social y ecológico.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Mostrar la factibilidad para la creación de la microempresa de lácteos CAMPOLACT, en el municipio de une (Cundinamarca).

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Demostrar la viabilidad del proyecto mediante un estudio de mercado.

Realizar un estudio técnico para mostrar los procesos productivos y las características de los productos.

Elaborar un plan organizacional para la microempresa en cual mostraremos el personal requerido para tal fin, como también se describirán sus funciones.

Exponer los estudios financieros hechos para la microempresa.

Describir los pasos a seguir para la constitución de la microempresa.

Mostrar los resultados arrojados por los estudios hechos para conocer sus efectos tanto sociales como ecológicos.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mis padres, hermanos y amigos por el apoyo prestado para la realización de mis estudios como también a mis maestros y a todas aquellas personas que directa o indirectamente me colaboraron para alcanzar una vez más mis metas.

Mil y mil gracias a todos.

DEDICATORIA

A mi hijo y a mis padres

Por ser ellos el motor

De mi vida.

a mis hermanos por

su apoyo incondicional

Todo el tiempo.

JUSTIFICACION

Este informe se realiza como requisito indispensable para poder optar al título de tecnóloga en administración gestión industrial para así mismo poder continuar con mis estudios profesionales.

Se escogió esta opción de proyecto debido a su viabilidad en el lugar y por ser productos dirigidos a todas las clases sociales ya que al ser productos que pertenecen a la canasta básica familiar son muy apetecidos pero con una demanda no satisfecha en el mercado. Se trabajaran con método rustico para una mejor conservación de sus propiedades como también por que así los prefieren los habitantes de la región.

Por la cercanía a los proveedores de la materia prima principal, como también a la capital lugar donde nos proveeremos de las demás materias primas necesarias para nuestros procesos así mismo por la cercanía a nuestros clientes ya que serán los mismos pobladores de el municipio y por que no de la región quienes adquieran nuestros productos a falta de otras empresas que los ofrezcan.

Por encontrarse con facilidad en el municipio un lugar con las características físicas necesarias para la instalación y puesta en marcha de la microempresa, además por los bajos costos de el arriendo y los servicios públicos como también por la facilidad para la adquisición del personal necesario para el funcionamiento de la microempresa.

RESUMEN

La microempresa de lácteos CAMPOLAC se creara en base a los estudios realizados para la elaboración de los diferentes informes presentados a durante de las diferentes fases de los periodos de estudio como base para la elaboración de un informe final como trabajo de grado.

Estos estudios se hicieron en un orden adecuado y de acuerdo con lo que se pedía en cada una de las fases del proyecto comenzando por elegir una de tres posibilidades de proyecto según sus ventajas y/o desventajas encontradas para cada uno de ellos en nuestro caso se escogió una microempresa de lácteos que llamaremos CAMPOLACT. Por razones como cercanía a proveedores y clientes, facilidad de contratación de la mano de obra, cercanía ala capital y facilidad para encontrar el arriendo de un lugar con las características físicas necesarias para la instalación de la microempresa.

El estudio se realizo en la población de une (Cundinamarca) ubicada a 42km de Bogotá por vía caraza y a 32km por vía combura ambas vías en su totalidad pavimentadas. Allí contamos con tres empresa de trasporte que prestan su s servicios a nivel nacional, intermunicipal e interveredal siendo dos de ellas fundadas por personas del municipio

Seguidamente desarrollamos un estudio preliminar para determinar la factibilidad del proyecto do0nde se estudio sin profundizar todos y cada un o de los pasos a seguir para el desarrollo del mismo en temas como fueron localización ventajas y desventajas, oferta y

demanda adquisición de maquinaria y equipo, tecnología del proceso recursos, físicos y humanos, materias primas, plan organizacional ,los sistemas de información y un pequeño estudio económico don de se determina el presupuesto para la puesta en marcha de la microempresa.

Se continúa con un estudio ya más a fondo par la realización del proyecto en cuanto a oferta y demanda maquinaria y equipo (costos), manejo tecnológico del proceso, mano e obra, procesos productivos, organigrama etc. Terminando este con un análisis financiero y de sensibilidad para la puesta en marcha de la microempresa para determinar así su factibilidad en diferentes condiciones a las expuestas según el medio económico del país

Terminamos estos estudios hablando de los efectos que este podría tener en el medio ecológico y social dando también nuestras conclusiones del mismo.

2.0. GENERALIDADES

La empresa se centrara en la elaboración de subproductos de la leche y la comercialización de estos dentro de la región como de la compra, venta, y distribución de la leche dentro del municipio.

Para la elaboración de los subproductos se trabajara con un método casero ya que hemos descubierto que este a sido un incentivo muy fuerte para la compra y el consumo de los productos que entre otras cosas se elaboraran con todas las normas de higiene necesarias, se elaboraran de esta forma para conservar mejor las propiedades y vitaminas originales de las materias primas como también para dar un mejor sabor.

Las materias primas a utilizar en este proceso son:

Leche, como materia principal de todos los productos que elaboraremos, cuajo y sal para la elaboración del queso y la cuajada, harina de soya, panela o azúcar, colorantes naturales, pulpa de fresa y naranja para la elaboración de el arequipe y las panelitas de leche.

Por tanto los productos a elaborar son.

Queso.

Cuajada.

Arequipe tradicional y de sabores.

Panelitas de leche, tradicional y de sabores.

Leche.

Cada uno de los subproductos será elaborado en diferentes tamaños para así poder suplir las necesidades de la comunidad.

La elaboración de los productos será netamente natural por tanto no se utilizara ningún tipo de preservante o saborisante artificial.

Los productos serán empacados de la siguiente manera

El queso en diferentes bolsas plásticas según su tamaño.

La cuajada en bolsas plásticas de diferentes tamaños.

El arequipe en envases desechables de diferentes tamaños

Las panelitas en cajas plásticas bolsas pequeñas dependiendo la cantidad requerida.

3.0. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se hizo en base a los resultados arrojados por encuestas realizadas a la comunidad y de datos tomados de CEGA el DANE.

3.1. SONDEO DE MERCADO

La población del sector es aproximadamente de 8987 habitantes los cuales los conforman en primera instancia los agricultores y ganaderos, en segunda instancia encontramos empleados comerciantes y estudiantes, en tercera y última instancia encontramos un pequeño número de desplazados.

Los productos son de alto consumo entre los pobladores además de los visitantes que llegan de la capital cada fin de semana de la capital ya sea de paseo o a visitar a los suyos y ellos suelen llevar estos productos de este lugar por su calidad y frescura.

Estos productos son de gran demanda debido a su alto contenido de vitaminas minerales y proteínas, además son productos no sujetos a elaboración temporal sino que esta se da durante todas las épocas del año, están diseñados para el consumo individual y familiar de acuerdo a las necesidades de los pobladores por sus variadas presentaciones en el mercado.

3.2. VOLUMEN DE LA DEMANDA

El estudio realizado para definir el número de consumidores respecto a los productos se ha tenido en cuenta especialmente la población ubicada dentro del municipio de la siguiente manera.

De	8.987	el	31.5 %	son agricultores y ganaderos.
De	8.987	el	3.7 %	son empleados públicos
De	8.987	el	1.03 %	son comerciantes.
De	8.987	el	34.7%	son estudiantes.
De	8.987	el	21.7 %	son amas de casa.
De	8.987	el	0.57%	son pensionados.
De	8.987	el	7.2 %	son desplazados.

CUADRO No. 2

3.2.2. ESTIMACIÓN GLOBAL DE LA DEMANDA

Población	Demanda día	Demanda mes
Agringan.	7.000lts	210.000lts
Empl.public.	5.000lts	150.000lts
Comerciantes	4.200Lts	120.000lts
Estudiantes	8.000lts	240.000lts
Amas de casa	9.500lts	285.000lts
Pensionados	2.700lts	81.000lts
Desplazados	3.700lts	110.000lts.
TOTAL	40,200lts	12'030.000lts

3.2.3. OFERTA

Para determinar la oferta actual se identificaron las cantidades de organizaciones competidoras, sus volúmenes de producción para así con este análisis obtener una idea de la oferta en el sector.

Encontramos un establecimiento que ofrece estos productos los cuales no alcanzan a abastecer la demanda al ser esta de alto grado debido a la cantidad de pobladores del lugar además de los visitantes de los visitantes que acuden al municipio para adquirir los productos.

3.2.4. ESTIMACIÓN GLOBAL DE LA OFERTA

CUADRO No. 3

Población	promedio mes	promedio anual
Familias	6'240.0000lts	74'880.000lts
Demanda	oferta	tipo de demanda
96'756.0000lts	74'880.000lts	212'870.000lts

De acuerdo al análisis hecho se estimo que cada establecimiento estudiado cuenta con un numero de clientes fijos que frecuentan el lugar diariamente, siempre el mas cercano a sus casas y el que mejor precio les ofrezca como también tienen en cuenta la calidad y frescura de los productos.

3.2.5. OFERTA GLOBAL DE LA COMPETENCIA

CUADRO No. 4.

Año	Establecimiento	TVA. Día.	TVA .Mes	vta. Año
2003	1	13.000lts	411.000lts	4'9332.000lts
2004	2	19.500lts	585.000lts	70'200.000lts

3.3. RESULTADO DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1. DEMANDA ACTUAL

CUADRO No. 5

Edad	población	Distribución	Recomendado	Consumo
0-5	5'552090	15.1%	229lts	185lts
6-14	7'343.535	22.8 %	183lts	110lts
15-18	4'485.553	14.3%	234lts	141lts
18-65	13'109.426	45.0 %	911lts	414lts

Este análisis se hizo según datos del DANE. A el 50% de la población colombiana.

Según las estadísticas del DANE. Y el centro de estudios ganaderos CEGA. En Colombia se consume el 53 % de lo recomendado actual por lo cual deja una franja del 47% libre presentando una muy buena posibilidad de proyecto.

3.4. OFERTA ACTUAL

La oferta es monopolizada en un 85% por multinacionales foráneas como NESTLE. Ubicada en el departamento de Cundinamarca. Su política los precios constantes durante todo el año o por semestre dando crédito a intermediarios por 30 días como visitas periódicas semanalmente, siendo el mejor oferente en la región lácteos TEQUENDAMA.

En la región central hay en total 80 empresas de las cuales 66 están en Bogotá y de las cuales 11 manejan más de 80.000 botellas de leche diarias equivalentes al 25% según el promedio ponderado del DANE. Los consumidores dedican el 8% a lácteos y el 51% a otros alimentos.

El consumo de leche se mantiene estable pero el consumo de sus derivados tiende a subir en proporción más alta a la tasa de crecimiento demográfico, explican las tasas de subconsumo en productos como la leche, superior al 8%. Uno de los menores crecimientos, relativos pertenecen a Bogotá y la región central.

Teniendo en cuenta el análisis de la oferta y dificultándose una tabla de valores en el mismo y con el análisis de la demanda podemos darnos cuenta que esta es insatisfecha en aproximadamente un 43% igualmente con estos datos podríamos decir que la cantidad que se pretende tomar es aproximadamente el 1% de la demanda insatisfecha a nivel nacional buscando una futura expansión.

3.5. TAMAÑO O CAPACIDAD

Teniendo en cuenta que la cantidad que se piensa tomar solo es de el 1% de la demanda nacional insatisfecha por ser algunos de estos productos de primera necesidad.

La capacidad de producción diaria por producto estará dada así:

CUADRO No. 6

3.5.1. TAMAÑO O CAPACIDAD

Producto	Cantidad día	cantidad mes
Queso	80 libras	2400 libras
Cuajada	100 libras	3000 libras
Arequipe. pers.	150 unid.	4500 unid.
Arequipe. fam.	50 unid.	1500 unid.
Arequipe. extr.	25 unid.	750 unid.
Panelitas	200 unid.	6000. unid.
Leche	60 botellas	1800. Botellas.

En la producción se deberá tener en cuenta que hay productos los cuales serán de sabores como el arequipe; la anteriormente dicha se dividirá según la cantidad de sabores a elaborarse en el día.

3.5.1. CAPACIDAD TEÓRICA.

La cantidad de personas para el buen desarrollo de las labores en condiciones ideales sería:

1. Administrador
2. Secretaria .
3. Supervisor.
4. Dos operadores en la elaboración
5. Empacador
6. Vendedor
7. Un conductor encargado de recoger la materia prima y distribuir productos.

3.5.2. CAPACIDAD DISPONIBLE

La producción y elaboración de los productos se hará en un promedio de 4 a 5 horas diarias

Dando así un espacio de 3 horas, para el caso de cualquier eventualidad inesperada se

Pretende tener una disponibilidad de productos para 3 días ya que algunos de estos

Productos son perecederos en la región se consumen preferiblemente

3.6. ESTRATEGIAS DE MERCADO

Teniendo en cuenta que la demanda insatisfecha es mayor a la satisfecha, que el consumo de subproductos de la leche crece mas rápido que el consumo de la misma y que en los resultados arrojados por las encuestas hechas en la región para el estudio de mercado nos permiten tener la mayor parte de clientes fijos trabajaremos con estrategias un poco comunes como son:

Ofrecer a un menor precio nuestros productos, de los existentes en el mercado.

Su frescura, calidad y sabor debido a la manera rustica de elaboración de los productos.

Dos nuevos sabores en los productos, sabores no existentes en el mercado hasta el momento. (fresa y naranja).

Ofreceremos un 20% mas de contenido por el mismo precio durante la primera semana por motivo de inauguración.

En cuanto a estrategias publicitarias no habrá mas que un letrero a la entrada (LACTEOS CAMPOLACT), y la opinión y aceptación de nuestros clientes como la divulgación de los mismos.

De esta manera y con estas pequeñas estrategias trataremos de buscar una mejor aceptación en el mercado de nuestros productos y de nuestra empresa como productora de ellos.

4.0. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. INSUMOS

Los insumos que se utilizaran en el proceso de elaboración de los productos

Son:

Leche, azúcar, cuajo, naranja, fresa, sal, harina de soya, panela esto para la elaboración de los productos.

Para el empaque utilizaremos bolsas plásticas para el queso, la cuajada y las panelitas.

Tarritos plásticos para el arequipe en sus diferentes presentaciones.

La mayor parte de los insumos serán adquiridos en la ciudad de Bogotá, mientras la materia prima más importante será comprada a los productores del municipio.

Las materias primas adquiridas en la ciudad serán canceladas en efectivo y de contado mientras la materia prima principal será cancelada semanalmente.

4.2. DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO

4.2.1.ADQUISICION DE MATERIAS PRIMAS

FASE 1. Compra de materia prima

FASE 2. Revisión de materia prima comprada

FASE 3. Carga de materias primas

FASE 4. Transporte de materias primas

FASE 5. Llegada de materia prima

FASE 6. Recepción de materias primas

FASE 7. Control de calidad y revisión

FASE 8. Clasificación de materias primas

FASE 9. Transporte de materias primas a bodega

FASE 10. Almacenamiento de materias primas

4.2.2. ADQUISICION Y/O RECOLECCION DE LA LECHE

FASE 1. Llegada del conductor

FASE 2. Abre el garaje

FASE 3. Saca la camioneta

FASE 4. Cargar las cantinas

FASE 5. Se desplaza a los lugares de recolección de leche

FASE 6. Baja del carro

FASE 7. Recibe la leche

FASE 8. Entrega un vale por la cantidad de leche recibida

FASE 9. Sube al carro

FASE 10. Y repite varias veces las fases 5 a la 9 hasta haber recorrido el numero

Exacto de lugares donde debe recoger la leche

FASE 11. Se desplaza a la microempresa.

FASE 12. Llega

FASE 13. Baja el carro.

FASE 14. Entrega el supervisor las copias de los vales de la leche recibida,

FASE 15. Se bajan las cantinas con la leche.

FASE 16. Una parte es llevada a la sección de elaboración donde se utilizara.

FASE 17. La otra parte se llevara a la comercialización donde se venderá sin

Alterar sus propiedades.

4.2.3 ELABORACION DEL QUESO

FASE 1. Llegada de la leche.

FASE 2. Llegada de la sal

FASE 3. Llegada del cuajo

FASE 4. Enciende la estufa

FASE 5. Se coloca sobre la estructura el caldero con la leche

FASE 6. Se le agrega sal

FASE 7. Se disuelve el cuajo en leche y sal

FASE 8. Se agrega el cuajo disuelto a la leche

FASE 9. Se revuelve

FASE 10. Se baja de la estufa

FASE 11. Se coloca en el extremo contrario del cuarto

FASE 12. Se deja reposar aproximadamente durante 3 horas

FASE 13. Se preparan los moldes (coladores)

FASE 14. Se destapan las cantinas

FASE 15. Se corta la mezcla en cuadros

FASE 16. Se procede a colocar la cuajada en los moldes para escurrir

FASE 17. Va a la zona de empaque

4.2.4. ELABORACION DEL AREQUIPE

FASE 1. Llegada de la leche

FASE 2. Llegada del azúcar

FASE 3. Llegada de la harina de solla

FASE 4. Enciende la estufa

FASE 5. Se coloca en la estufa el caldero con leche

FASE 6. Se le agrega panela

FASE 7. Se deja hervir

FASE 8. (En otro recipiente) se disuelve un poco de harina de solla en la leche

FASE 9. Se le agrega La leche hervida esta mezcla

FASE 10. Se revuelve asta que este espesa (arequipe)

FASE 11. Se baja de la estufa el caldero

FASE 12. Se deja reposar aproximada mente 30 minutos

4.2.5. ELABORACION DE PANELITAS

FASE 1. Llegada de la leche

FASE 2. Llegada de azúcar y panela

FASE 3. Llegada de la harina de soya

FASE 4. Encendido de la estufa

FASE 5. Se coloca sobre la estufa el caldero con la leche

FASE 6. Se le agrega la panela

FASE 7. Se deja hervir

FASE 8. Se disuelve un poco de harina de soya

FASE 9. Se le agrega esta mezcla a la leche mientras hierve

FASE 10. Se continua revolviendo hasta que este a punto

FASE 11. Se baja el caldero de la estufa

FASE 12. Se coloca en los moldes

FASE 13. Se deja enfriar

FASE 14. Se desmolda

FASE 15. Se lleva al local

4.2.6. COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

- FASE 1. Entrada o llegada de productos
- FASE 2. Ordenar los productos
- FASE 3. Colocar los productos en la vitrina
- FASE 4. Se abre el local
- FASE 5. Se acerca el comprador
- FASE 6. Pide el producto
- FASE 7. El vendedor se acerca a la vitrina
- FASE 8. La abre
- FASE 9. Saca el producto
- FASE 10. Lo pesa
- FASE 11. Lo empaca
- FASE 12. Lo registra
- FASE 13. El comprador lo paga
- FASE 14. El vendedor lo entrega
- FASE 15. Abre la registradora coloca el dinero
- FASE 16. Entrega vueltas al comprador
- FASE 17. Cierra la registradora

4.2.7. DISTRIBUCION DE PRODUCTOS

FASE 1. Se preparan los pedidos

FASE 2. Llega el camión

FASE 3. Cargan los productos

FASE 4. Se desplaza el camión

FASE 5. Llega el camión

FASE 6. El conductor baja

FASE 7. Abre el camión

FASE 8. Toma la factura

FASE 9. Toma el pedido indicado

FASE 10. Lo baja del camión

FASE 11. Se dirige a la tienda

FASE 12. Lo coloca sobre la vitrina

FASE 13. Entrega el pedido con factura en mano

FASE 14. Sale de la tienda

FASE 15. Coloca la caja vacía dentro del camión

FASE 16. Cierra el camión

FASE 17. Sube al camión

FASE 18. Se dirige al siguiente lugar

FASE 19. Repite de la fase 4 a la 14 hasta terminar la entrega de pedidos

FASE 20. El camión se dirige al almacén

FASE 21. Estaciona

FASE 22. El conductor baja

FASE 23. Abre el camión

FASE 24. Baja las cajas vacías

FASE 25. Entrega las cajas

FASE 26. Sube al camión

FASE 27. Se marcha.

4.3. MAQUINARIA Y EQUIPO

Para el desarrollo del proyecto no utilizaremos ningún tipo de maquinaria sofisticada las propiedades de la leche

Los equipos con los que trabajaremos son los siguientes:

1-- 2 estufas industriales.

2--20 3- -5 Calderos con una capacidad de 40lts cada una.

4 – 5 cucharones de palo.

5 – 10 piezas de moldes de 20 cavidades cada una de 3 por 4cm

6 – 2 mesa de madera de 2,50mts por 1mts.

En las oficinas tendremos un equipo compuesto por:

7 – 2 computadores.

8 - 2 escritorios con 4 cajones cada uno.

9 - 2 sillas giratorias.

10- 4 sillas acolchadas personales.

11 - Un armario con 16 cajones para archivos

12. Para el transporte de materias primas y distribución de los productos utilizaremos una camioneta pequeña que deberá poseer la persona que se con trate para este cargo, para el empaque de los productos utilizaremos empaques plásticos y diferentes tamaños de bolsas plásticas

4.4. CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTO

4.4.1 LECHE

La leche como materia prima principal y como producto para la distribución tendrá las características esenciales y propias que contiene como también sus propiedades y vitaminas del producto original ya que de ninguna manera serán alteradas.

De esta manera la tabla nutricional aproximada para cada vaso de leche será:

4.4.1.1. TABLA NUTRICIONAL DE LA LECHE

TABLA No. 1

Por cada vaso de 250ml

Calorías	150.2 k.
Proteínas	8.0grms.
Carbohidratos	12.0grms.
Grasa	7.5grms.
Minerales	1.8grms.
Calcio	0.5grms.

4.4.2. QUESO Y CUAJADA

Las características físicas del queso y la cuajada son de color ligeramente blanco su consistencia es un poco blanda y su sabor original, en el queso ligeramente salado. Con una tabla nutricional aproximada de:

4.4.2.1. TABLA NUTRICIONAL DE EL QUESO Y LA CUAJADA

TABLA No. 2

Calorías	400k
Proteínas	22,5grms
Grasa saturada	33,0grms
Calcio	6.2grms

4.4.3. AREQUIPE

El arequipe como subproducto d la leche al ser cocido perderá algunas propiedades de la misma y su tabla nutricional estará dada de acuerdo al tamaño de su presentación.

En cuanto a sus características físicas presentara un color ligeramente café una consistencia cremosa y un sabor dulce en el tradicional, en el de sabores su color cambiara e acuerdo de acuerdo a su sabor como también este ira ligado ala fruta.

TABLA No 3

4.4.3.1 TABLA NUTRICIONAL DEL AREQUIPE

Calorías.	150k
Proteínas.	6,2grms
Carbohidratos.	8,5grms
Grasas.	0.0grms
Calcio.	0,7grms
Minerales.	0.5grms
Vitaminas.	1,8grms

4.4.4. PANELITAS DE LECHE

Las panelitas de leche presentaran un color café claro consistencia fuerte pero relativamente blanda con sabor dulce a leche la tradicional e igualmente como el arequipe las de sabores variaran en su sabor de acuerdo a la fruta utilizada en el proceso. Su tabla nutricional es prácticamente la misma del arequipe solo con un contenido de un 0.5gms de harina.

4.5. LOCALIZACION

4.5.1. MACROLOCALIZACION

La microempresa CAMPOLACT estará localizada en la zona urbana de UNE; uno de los 114 municipios de Cundinamarca que se encuentra localizado en la región del oriente por la parte sur del departamento en las estribaciones de la cordillera; Su cabecera esta localizada a los 4 ° 24' de altitud norte y a 74° 02' de longitud oeste greenwich; Su altura al nivel del mar es de 2376mts y posee una temperatura media de 16°C.

Esta a una distancia de santa fe e Bogota de 42km por la vía caraza y 32 por vía combura, ambas son pavimentadas es su totalidad.

Posee una extensión de 22km ocupando el 0.94% del total del departamento; El municipio limita por el norte con Chipaque, por el oriente con Caqueza y Fosca, por el sur con Gutierrez y Fosca y por el occidente con santa fe de Bogotá.

La mayor parte de su territorio es quebrado destacándose el alto del pedregal , cerro negro, el alto de santuario y otros, posee pisos térmicos; templado , frío y páramo; esta regado por los ríos la mesa, rincón grande, san Luis y otros.

4.5.2. MICROLOCALIZACION

Se ubica en este lugar debido a la cantidad de ventajas que el sector ofrece, para este tipo de proyecto entre las cuales podemos enunciar:

Proximidad a la materia prima esencial ya que la mayor parte de los habitantes del municipio se dedican a la producción de ganado con doble propósito (leche, carne) convirtiéndose así en los proveedores de la principal materia prima necesaria para nuestros productos.

Cercanía a los consumidores y compradores, Nuestro principal objetivo es cubrir la demanda de los mismos pobladores del municipio y por que no la de la región, además de los capitalinos que los fines de semana se desplaza hasta el municipio con el fin de adquirir los productos.

Facilidad para la adquisición de los recursos humanos ya que en el municipio hay bachilleres que le temen a enfrentarse a la ciudad y les encantaría trabajar en el mismo pueblo; además de personas que luchan día a día, al sol y al agua para ganar la comida y les gustaría cambiar esto por un poco de estabilidad así sea temporal.

Los costos del arriendo son realmente bajos comparados con lo que costaría un lugar en la capital para tal fin ya que el arriendo de un predio para tal fin oscila entre los 350.000 y 400.000 pesos mensuales en cuanto a los servicios el municipio en este momento cuenta con los fundamentales (agua, luz, alcantarillado, teléfono) para tal fin.

Este cuenta a su vez con buenas vías de acceso tanto de la mayoría de las veredas como a los pueblos aledaños y a la capital para la cual tiene dos vías completamente pavimentadas, contando de la misma manera con buen transporte; en este momento cuenta con tres agencias que prestan su servicio a la capital y a los municipios aledaños como también interveredales dos de ellas pertenecen al municipio y la otra a una compañía departamental.

4.6. INFRAESTRUCTURA Y DISTRIBUCION DE LA PLANTA

La microempresa estará ubicada en la zona urbana del municipio, en una casa antigua en la que podemos encontrar la distribución de la planta física necesaria para la instalación, puesta en marcha y funcionamiento de la misma.

Esta contara con una oficina par el administrador, una oficina para la secretaria, un taller o zona de elaboración, una zona de empaque, una bodega para la recepción de materias primas, como también un local para el punto de venta y distribución de los productos.

5.0. NORMAS LEGALES

5.1. REGISTRO UNICO TRIBUTARIO

Se debe inscribir la empresa en registro único tributario haciendo solicitud del NIT.

Esto es una inscripción como responsable del IUA este trámite se realiza en la administración de impuestos nacionales, DIAN en un horario de 8:00 AM. a 3:00 PM.

5.2. MATRICULARCE EN EL REGISTRO MERCANTIL

Teniendo en cuenta que el registro mercantil es establecido y reglamentado por el código de comercio en sus artículos del 26 al 47; habrá de llevarse la matricula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respecto a los cuales la ley esta formalidad.

El artículo 26 del código de comercio que este registro publico. Lo cual dice que toda persona podrá verlos, examinarlos, tomar las anotaciones que requiere y solicite las copias que necesite.

Esta publicidad tiene su fundamento en las actividades que desarrolla el comerciante que por lo regular dejan de ser privadas para constituirse en algo que interesa a su clientela o a terceros quienes en razón de seguridad de los negocios deben conocer la solvencia económica o patrimonial de dichos comerciante así como también una serie de actos y de documentos relacionados con la activad mercantil.

Con ella se dan a conocer las condiciones o calidades que distinguen a una persona como comerciante.

Este tiene el deber de matricularse en la respectiva cámara de comercio. La ley le imprime al registro otras funciones no menos importantes como la opinión, son la habilidad, autenticidad y la prevención de la competencia desleal.

5.2.1. COMPETENCIA DESLEAL.

El registro cumple también una especie de función de control preventivo de la competencia desleal, que en algunas oportunidades se intenta para aprovechar de un nombre o persona, de un establecimiento de comercio cuya reputación en el banco goza de una buena aceptación por la seriedad de los negocios o la calidad de los productos que ofrece el mercado, para evitar la confusión que se pudiere crear en tales casos, el artículo 35 del código del comercio ordena a las cámaras abstenerse de matricular a un comerciante o establecimiento de comercio con el mismo nombre de otro ya inscrito, en casos de homonimia de las personas naturales, el registro debe hacerse utilizando un distintivo adicional al nombre.

Cuando un comerciante se vale de maniobras engañosas, de artimañas para desviar la clientela o servicios de un competidor está incurriendo en un acto de competencia desleal, no es que no se puede desplazar la clientela de otro comerciante, por cuanto la libertad de industria y comercio, presupone precisamente la competencia, pero siempre y cuando esta se lleve a cabo con base en una buena calidad de productos y un precio estas son las razones para que nuestro código en su artículo 19, haya instituido como un deber del comerciante abstenerse de ejecutar a, b, c, d; cuya violación acarrea indemnizaciones pecuniarias a favor del perjudicado y multas convertibles en arresto

(Art. 76) conductas antijurídicas e iguales con contempladas en los artículos 75 y 77 del código de comercio:

- Maniobras tendientes a crear confusión con un competidor (prohibido
- Matricular con igual nombre)

- Utilización de sistemas o medios que tiendan a desacreditar a un competidor
- (Condicional ilícita)
- Espionaje para obtener secretos (perjuicio de competidor)
- Publicidad desleal falsa o mentirosa

5.2.2. DEBER DEL COMERCIANTE

- Matricularse en el registro mercantil
- Escribir dichos registros los actos, libros y documentos respecto a los cuales la ley exija
- Llevar la contabilidad de sus negocios en forma regular, a las precisiones
- Legales
- Conservar la correspondencia y los documentos que tengan relación con sus
- Negocios y actividades
- Denunciar ante el juez la concesión en el pago corriente de sus obligaciones,
- Contraídas en el desarrollo de sus negocios
- Abstenerse de ejecutar los actos de competencia desleal

Este trámite se puede hacer ante la cámara de comercio de bogota en cualquiera de sus sedes, en un horario de atención al público de 9:00am a 3:00.

5.3. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

La licencia de funcionamiento de establecimiento público se solicita en la alcaldía zonal del municipio en este caso.

El tramite tiene una duración de

En un horario de 8:00am a 11:00pm

2.00pm a 6.00pm

5.4. IMPUESTOS DE INDUSTRIA Y COMERCIO

El impuesto de industria y comercio y paz y saludos se realiza ante la tesorería distrital y/o Cades.

Este tramite tiene una duración de

En un horario de 8:00am a 5:00.

5.5. REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES

Se realiza ante la superintendencia de industria y comercio en la oficina de propiedad industrial.

El tramite tiene una duración de

En un horario de 8:00am a 5:00pm

5.6. VISTO BUENO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

El visto bueno de seguridad industrial es solicitado y dado por los comandos de bomberos en nuestro caso de bogota después de una expansión al área de funcionamiento.

Este tramite tiene una duración de dos días debido a que un pueblo que esta a 45 minutos de la ciudad (bogota) en un horario 8:00

5.7. SEGURO SOCIAL

La inscripción del patrono y los trabajadores al seguro social se realiza en el instituto de seguros sociales y/o fondos de pensiones en sus diferentes oficinas en un horario de 8:00am a 3:00pm.

5.8. DERECHOS DE AUTOR

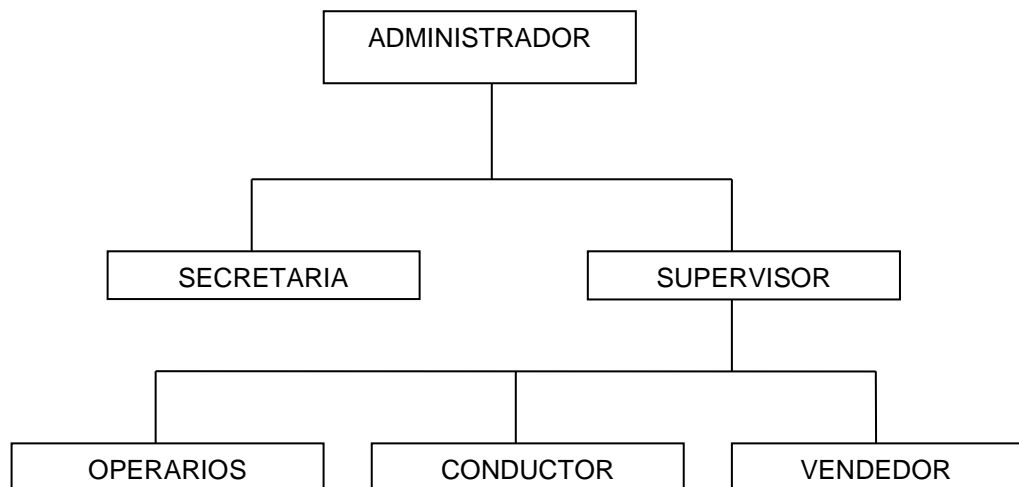
Los derechos de autor para la empresa, sus productos nuevos y su nombre se deben pedir en las oficinas de Sayco y Acimpro en la ciudad de bogota estas oficinas prestan su servicio al cliente de 8:30am a 1:00pm y de 2:00pm a 4:00pm.

6.0. ASPECTOS ORGANIZACIONALES

El objetivo primordial de la microempresa es la elaboración de subproductos de la leche para luego comercializarlos, dos de nuestros productos serán nuevos en el mercado con ellos buscamos una mejor aceptación en el mercado.

Las actividades están dadas por la compra de varias materias primas las cuales serán utilizadas en los diversos procedimientos que llevaremos a cabo para la elaboración de los productos que luego comercializaremos a nivel municipal.

6.1. ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN (ORGANIGRAMA)



6.2. DESCRIPCIÓN DE CARGOS

6.2.1. ADMINISTRADOR

Deberá ser tecnólogo en administración de empresas preferiblemente en gestión industrial o comercial y de negocios, tener buen conocimiento sobre el manejo del computador y muy buena disponibilidad para desempeñar su cargo, su función principal es como lo dice su cargo será la de dirigir la microempresa , teniendo en cuenta que bajo su mando estarán todos los demás empleados, por lo tanto también deberá participar en la selección y contratación de los mismos y hacer todo tipo de contacto para la adquisición materias primas y la comercialización de los productos.

6.2.2 SECRETARIA

Esta deberá cumplir con los siguientes requisitos:

Ser auxiliar contable y/o manejar correctamente la contabilidad, tener buena presentación personal, disponibilidad para trabajar tiempo completo; Sus funciones serán primordialmente el manejo de la parte contable, además de la elaboración de nominas y pago de sueldos a los demás empleados por lo tanto deberá tener un alto sentido de la responsabilidad.

6.2.3. SUPERVISOR

Bachiller con capacidades de liderazgo, con disponibilidad de trabajar tiempo completo, deseos de progresar.

Sus funciones se concentraran el llevar el control del trabajo de los operarios además deberá hacer el mismo trabajo que los demás operarios y encargarse de el control de los inventarios de la bodega y de la producción disponible.

6.2.4. OPERARIOS

Personas con conocimiento en la elaboración de los productos preferiblemente bachilleres o personas respetuosa y responsable con disponibilidad para trabajar tiempo completo. Sus funciones básicas serán las de elaborar los productos y el aseo de las de las diferentes secciones de trabajo como de los diferentes implementos de trabajo.

6.2.5 CONDUCTOR

Dama o caballero con carro y pase actualizado con deseos de trabajar, se pagara un sueldo adicional por el carro su función será la de recoger todos los días la materia prima principal, y viajar cada mes a la capital en compañía del administrador o de el supervisor a adquirir las materias primas necesarias para el proceso, deberá además repartir todos los días los productos a nuestros compradores dentro del municipio, el resto del tiempo lo tendrá libre para que desempeñe cualquier otra actividad que desee.

6.2.6 VENDEDOR

Bachiller con facilidad para hacer cuentas y manejo de la registradora, preferiblemente con conocimientos de contabilidad ya que deberá llevar la contabilidad del almacén y entregarla a la secretaria, con disposición de tiempo completo para trabajar.

Se encargara de vender los productos en el almacén, de atender los pedidos de los supermercados y de llevar el control de las ventas, en pocas palabras se encargara de la comercialización de los productos.

6.3. ESCALA DE SALARIOS

La escala de salarios estará dada de acuerdo al orden de los cargos empezando por la parte directiva y terminando en la parte de ventas.

ADMINISTRADOR
570.000pesos
SECRETARIA
383.000pesos
SUPERVISOR
383.000pesos
OPERARIOS
383.000pesos
VENDEDOR
380.000pesos

6.4. SISTEMAS DE INFORMACION

Todos los empleados estarán en condiciones de brindar información acerca de los servicios y productos que ofrece la empresa.

Dentro de la empresa se en el almacén encontraran a la persona encargada de las ventas quien estará autorizada para dar información.

La información interna la maneja el administrador y su secretaria.

6.5. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

6.5.1. NORMAS LEGALES

Por ser una empresa unipersonal se creara mediante un documento escrito en el cual se debe informar:

- 1- Nombre, documento de identidad domicilio y dirección del empresario.
- 2- Denominación o razón social e la empresa, seguida de la expresión “empresa unipersonal” o de su sigla E .U. So pena que el empresario responda ilimitadamente.
- 3- El domicilio
- 4- El termino de duración, si este no fuere indefinido
- 5- una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto licito de comercio.

- 6- El monto del capital, haciendo una descripción pormenorizada de los bienes, aportados, con estimación de su valor el empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.

Cuando los activos destinados a la empresa comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la empresa deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

- 7- El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores, a falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas. Delega totalmente a la administración y mientras se mantenga dicha delegación el empresario no podrá realizar actos y contratos a nombre de la empresa unipersonal.

PARÁGRAFO: Las cámaras de comercio se abstendrán reinscribir el documento mediante el cual se constipa la empresa unipersonal cuando se omita algunos de estos requisitos. O cuando a la diligencia del registro no concurra personalmente el constituyente o su representante o apoderado.

6.5.2. APORTACION SUPERIOR A BIENES

El empresario podrá aumentar el capital de la empresa mediante la aportación de nuevos bienes. En este caso se procederá en la misma forma prevista para la constitución de la empresa, la disminución se sujetará a las mismas reglas.

6.5.3. PROHIBICIONES

En ningún caso el empresario podrá directamente o por interpuesta persona retirar para sí o para un tercero cualquier clase de bienes pertenecientes a la empresa unipersonal, salvo que se trate de utilidades debidamente justificadas.

El titular de la empresa unipersonal no puede contratar con esta ni tampoco podrán hacerlo entre sí empresas unipersonales constituidas por el mismo titular. Tales actos serán ineficaces de pleno derecho

6.5.4 CESION DE CUOTAS

El titular de la empresa unipersonal podrá ceder total o parcialmente las cuotas sociales a otras personas naturales o jurídicas, mediante documento escrito que se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. A partir de ese momento se producirá la cesión.

6.5.5 JUSTIFICACION DE UTILIDADES

Las utilidades se justificarán en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de la contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.

6.5.6 .NORMAS APLICABLES A LA EMPRESA UNIPERSONAL

En lo previsto en la ley , se aplicará a la empresa unipersonal en cuanto sean compatibles, las disposiciones relativas a las sociedades comerciales y, en especial, las que regulan la sociedad de responsabilidad limitada.

Así mismo, las empresas unipersonales estarán sujetas a lo pertinente, a la inspección vigilancia y control de la superintendencia de sociedades en los casos que determina el presidente de la república.

Se entenderán predicables de la empresa unipersonal las referencias que a las sociedades que hagan en los regímenes de inhabilidades en incompatibilidades previstos en la constitución o en la ley.

7.0. ESTUDIOS FINANCIEROS

7.1. ACTIVO FIJO

En cuanto a activos despreciables podríamos decir que la empresa no poseerá bienes de propiedad como carros o terrenos, los muebles y enseres serán los bienes que la empresa adquirirá para su servicio ellos son:

CUADRO No 7

7.1.1 MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES	COSTOS
2 mesas grandes	600.000pesos
2 escritorios	680.000pesos
2 sillas giratorias	630.000pesos
4 sillas acolchadas personales	280.000pesos
Gabetero con 16 cajones	380.000pesos
A	
1. vitrina	550.000pesos
1. registradora	2'350.000pesos
TOTAL	5'470.000pesos.

CUADRO No.8

7.1.2. MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPO	COSTOS
20 cantinas con capacidad para 40lts	840.000pesos
5 calderos con capacidad para 30lts	215.000pesos
5 moldes de 20 cavidades de 3cm por 4cm	6'000.000pesos
5 escurridores	65.000pesos
2estufas industriales	1'400.000pesos
1 refrigerador	1'800.000pesos
TOTAL	10'320.000pesos.

CUADRO No.9

7.1.3. EQUIPO DE CÓMPUTO

EQUIPO DE COMPUTO	COSTOS
2 computadores completamente dotados	5'000.000 de p

CUADRO No.10

7.1.4. DEPRECIACIONES

DEPRECIACIONES	COSTOS
Maquinaria y equipo a 1mes	86.000pesos
El equipo de cómputo a un periodo de un mes	208.333pesos.
TOTAL DEPRECIACIONES	294.333pesos

El total del activo fijo es de: 20'790.000pesos.

7.2. ACTIVO CORRIENTE

Dentro del activo corriente tendremos una marca nueva en el mercado

CAMPOLACT. Estos son:

CUADRO No 11.

7.2.1. INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS			
Concepto	Cantidad	Valor unidad	Valor total
Leche	19.700btlls	350pesos	6'895.000pesos
Azúcar	5bultos	60.000pesos	300.000pesos
Cuajo	5 pacas	15.000pesos	75.000pesos
Fresa	30libras	1500pesos	45.000pesos
Pulpa naranja	30porciones	2700pesos	81.000pesos
Harina de soya	5 bultos	480.000pesos	2'400.000pesos
sal	5kilos	500pesos	2.500pesos
Empaques			200.000pesos
Total inventario de materias primas			9'998.500pesos.

CUADRO No 12

7.2.2. GASTOS DE OPERACIÓN

Mano de obra	Sal. Básico	Administrador
570.000pesos	Secretaria	383.000
pesos		
Supervisor	383.000 pesos	
Conductor	383.000 pesos	
Operario 1	383.000 pesos	
Operario 2	<u>383.000 pesos</u>	
Total	2458.000 pesos	
Prestaciones sociales	<u>1267.350 pesos</u>	
Total	3752.350 pesos	
Auxilio de transporte	<u>222.500 pesos</u>	
Total	3974.850 pesos	

CUADRO No 13

7.2.3 GASTOS OPERACIONALES.

Arriendo	450.000 pesos
Alquiler carro	383.000 pesos
Licencias	300.000 pesos
Servicios	600.000 pesos
Legales y otros	400.000 pesos
Papelería	<u>300.000 pesos</u>
Total estimado	2433.000 pesos
Cucharones	22.000 pesos
Coladores	<u>200.000 pesos</u>
Total estimado	2655.000 pesos
Publicidad	<u>100.000 pesos</u>
Total	2715.000 pesos

En caja tendremos un monto de 12'732.650 pesos

El total del activo corriente es de 16'688.350

7.3 RECURSOS FINANCIEROS

Los recursos financieros son igual al activo fijo mas el activo corriente de donde el total de la inversión para la microempresa y su puesta en marcha por un mes es de 49'211.000pesos. Como se comenzara trabajando con recursos para dos meses nuestros recursos financieros deberán ser de 65'899.350pesos.

7.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio para está empresa se hallara para dos de sus principales productos queso y arequipe familiar.

Este se hallara por el método de la ecuación.

Vts.- cts var. – cts fijos = utilidades antes de impuestos.

(Precio de venta por unidad) – (Costos variables por unidad) – (costos fijos) = utilidad antes de impuesto.

7.4.1 QUESO

$$(2400 \times 80) - (300 \times 80) - 80.000$$

$$192.000 - 24.000 - 80.000 = 88.000 \text{ utilidad antes de impuesto.}$$

Siendo x el número de unidades a vender para alcanzar el punto de equilibrio.

$$2400x - 300x - 80.000 = 0$$

$$2100x - 80.000 = 0$$

$$2100x = 80.000$$

$$x = \frac{80.000}{2100}$$

$$x = 38 \text{ unidades.}$$

La microempresa deberá vender 38 unidades que equivalen a 91.200 para no reportar utilidad pero tampoco pérdida en la empresa con este producto.

7.4.2 AREQUIPE FAMILIAR

$$(1500 \times 50) - (350 \times 50) = 17.500$$

$$75.000 - 17.500 - 17.500 = 40.000 \text{ utilidad antes de impuestos.}$$

X = unidades a vender para alcanzar el punto de equilibrio.

$$1500x - 350x - 17.500 = 0$$

$$1150x - 17.500 = 0$$

$$1150x = 17500$$

$$x = \frac{17500}{1150}$$

La microempresa deberá vender 15 unidades que equivalen a 22.500 para que la empresa no reporte utilidad y tampoco pérdida con este producto.

7.5. BALANCE INICIAL

ACTIVO

Activo corriente

Disponibile

Caja 67.000.000

TOTAL ACTIVO CORRIENTE 67.000.000

ACTIVO FIJO 0

TOTAL ACTIVO FIJO 0

TOTAL ACTIVO 67.000.000

PASIVO 0

TOTAL PASIVO 0

PATRIMONIO

Capital Social 67.000.000

TOTAL PATRIMONIO 67.000.000

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO 67.000.000

7.6. ESTADO DE RESULTADOS

INGRESOS OPERACIONALES BRUTOS	24.075.000
menos Devoluciones, rebajas y descuentos	0
INGRESOS OPERACIONALES NETOS	24.075.000
COSTO DE VENTAS	15.729.850
UTILIDAD BRUTA	8.395150
<i>Gastos Operacionales</i>	4.918.000
gastos de administración	3.769.000
gastos de ventas	1.149.000
UTILIDAD OPERACIONAL	3.427.150
Ingresos no operacionales	0
(-) gastos no operacionales	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	3.427150
(-)provisión impuesto de renta 35%	420.700
(-)sobre tasa impuesto de renta 10%	42.070
UTILIDAD DEL EJERCICIO	3.006450

7.7. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ASIENTOS DE CIERRE

Ingresos operacionales	24.075.000	
ingresos no operacionales	0	
ganancias y perdidas		24.075.000
ganancias y perdidas	4.918.000	
gastos operacionales		4.918.000
gastos no operacionales		0
ganancias y perdidas	15.729.850	
costo de ventas		15.729.850
ganancias y perdidas	462.770	
Impo-renta		462.770
ganancias y perdidas	3.006.450	
utilidad del ejercicio		3.006.450

7.8. RAZONES FINANCIERAS

Los siguientes indicadores para el proyecto se van a realizar de acuerdo con las proyecciones realizadas para los años 2006 y 2007 respectivamente.

INDICADORES DE LIQUIDEZ

Razón corriente

Año 2006

Activo corriente/ pasivo corriente $\$31.786.660/\$15.303.507=\$2.10$

Esto quiere decir que poseemos \$2.1 para responder por cada peso de nuestras deudas a corto plazo

Año 2007

Razón corriente $\$18.304.665/\$3.896.427 = \$4.7$

En el año 2007 tendremos \$4.7 para responder por cada peso del corto plazo, pero podríamos tomar estrategias para invertir en un futuro

PRUEBA ACIDA

(Activo corriente – inventarios) / Pasivo corriente.

Año 2006 --- \$1.7.

Año 2007--- \$3.4.

CAPITAL NETO DE TRABAJO

Es el capital con el cual se puede realizar la operación de la empresa y mantenerse vigente en los pagos de sus cuentas.

Activo corriente – pasivo corriente

Año 2006 = \$ 16.486.159.

AÑO 2007 = \$ 14.408.000.

8.0 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto lo evaluaremos hallando el valor presente neto el cual podremos hallar enfrentando el valor de los egresos contra el valor ideal de los ingresos.

8.1. VALOR PRESENTE DE EGRESOS

Los egresos mensuales de la empresa están dados así:

TABLA No.4

Mano de obra mensual	3'974.850pesos
Valor de materia prima	9'998.500pesos
Gastos operacionales	2'715.000pesos
Total egresos mensuales	16'688.350pesos

8.2. VALOR PRESENTE DE INGRESOS

El valor presente de ingresos esta dado por la venta y comercialización de los productos de esta manera los ingresos estarán definidos en la siguiente tabla:

TABLA No.5

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
Queso	2400 libras	\$2.500	\$6.000.000
Cuajada	3.000 Libras	\$2.200	\$6.600.000
Arequipe personal	4.500 unidades	\$500	\$2.250.000
Arequipe familiar	1.500 unidades	\$2.500	\$3.750.000
Arequipe extra-familiar	750 unidades	\$4.000	\$3.375.000
Panelitas	6.000 unidades	\$200	\$1.200.000
Leche	6.000 botellas	\$500	\$9.000.000
TOTAL			\$24.075.000

VALOR PRESENTE NETO: Valor presente de ingresos – valor presente de egresos

VPN: \$24.075.000 - \$16.688.350

VPN: \$7.386.650

El calculo del VPN o VAN. Se hallo directamente de la resta de el valor de los egresos al valor de los ingresos al no existir un financiamiento de el capital para la inversión por lo

tanto no hay pago de cuotas ni intereses por tal fin, a bancos o corporaciones, en este proceso encontramos un VPN o VAN positivo.

8.3. CALCULO DE LA TIR.

Para calcular la tasa interna de retorno trabajamos con una formula sencilla de matemática financiera donde: $TIR = VPN$ multiplicado Por determinado interés

Conociendo $VPN = \$7.386.650$.

$$7.386.650 (i = 1\%) = 7,386$$

$$7.386.650 (i = 25\%) = 1,846$$

$$7.386.650 (i = 50\%) = 3,693$$

$$7.386.650 (i = 75\%) = 5,539$$

$$7.386.650 (i = 100\%) = 7,386$$

Estos cálculos hechos con intereses aproximados del 1%, al 100%.Encontramos en todos los casos un resultado positivo por lo tanto se considera viable el proyecto.

No se pudo encontrar dentro de estos cálculos una tasa de retorno exacta.

9.0. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad lo trabajaremos con una base del 10, 20% en el precio de los productos y sin elevar costos de materia prima ya que estos suelen ser bastante estables, análisis 10%.

10% si los precios de los productos bajan 10% serán así:

TABLA INGRESOS POR VENTAS.

10% Y 20% descuento.

TABLA No 6

	Unidad O Libra.	Valor unidad.	Valor total.	Valor 10%			Valor 20%		
				Unid.	Valor Unidad.	Total.	Unid.	Valor Unidad.	Total.
Queso	2400	2500	6000.000	2400	2250	5400.000	2400	2000	4800.000
Cuajada	3000	2200	6600.00	3000	1980	5940.000	3000	1760	5280.000
Arequipe personal	4500	500	2250.000	4500	450	2025.000	4500	400	1800.000
Arequipe familiar	1500	2500	3750.00	1500	2250	3375.500	1500	2000	3000.000
Arequipe Extrafamiliar	750	4500	3375.000	75	4050	3037.500	750	3600	2700.000
Panelitas.	6000	200	1200.000	6000	110	1080.000	6000	160	9600.000
Leche.	1800	500	9000.000	1800	450	810.000	1000	400	720.000
Total			24075.000	21667.500			19260.000		

- Los ingresos para el primer análisis del 10% serían: \$ 21'667.500
- Los ingresos para el segundo análisis del 20% serían de: \$ 19'260.000
- Estos son ingresos por venta de productos como podemos ver en ningún momento de excede al costo de materias primas y pago de impuestos, servicios y mano de obra; es decir al total de los egresos por tanto puede considerarse un proyecto viable ya que a pesar de que se puedan presentar este tipo de casualidades siempre se obtendrá utilidad.

10. EFECTOS DEL PROYECTO.

10.1 EFECTO SOCIAL.

Este proyecto tendrá un efecto social positivo ya que servirá para proveer a los pobladores de productos frescos y de calidad para su consumo diario, por ser productos elaborados dentro de la región a bajos costos; por adquirir la materia prima esencial a campesinos de la región a buen precio.

Por ocupar personas de la misma población para su puesta en marcha y para su continuo funcionamiento.

10.2 EFECTO ECOLOGICO.

Esta empresa no producirá mayores efectos ecológicos ya que por su fabricación rustica los productos no producirán mayores cantidades de gases que puedan ser altamente nocivos para la atmósfera.

Los desechos por lavandería de vajillas y moldes Irán directamente a las cañerías de aguas sucias del municipio.

Los empaques serán de plástico (material que es reciclable.)

El aroma de los productos (es dulce) olor agradable al olfato y por lo tanto no nocivo al inhalarlo.

CONCLUSIONES.

- Se demostró la factibilidad del proyecto mediante un estudio de mercado enfrentando demanda contra oferta donde encontramos una demanda no satisfecha.
- Enunciamos las normas legales y los pasos a seguir para la constitución de la microempresa.
- Dentro de un estudio técnico describimos el proceso productivo en la elaboración y comercialización de nuestros productos.
- Creamos un esquema organizacional para la microempresa, como también determinamos los salarios de los trabajadores.
- Mediante un estudio financiero determinamos los costos del proyecto y su factibilidad.
- Elaboramos la evaluación del proyecto para determinar la viabilidad de la empresa.
- Hablamos y/o mostramos los efectos sociales y económicos del proyecto en su entorno.

RECOMENDACIONES.

Recomiendo aquella persona que desee hacer realidad el proyecto tener en cuenta que según nuestros estudios de mercado la aceptación de los productos es por su manera rustica de fabricación, debido a que se conserva un mejor sabor y mas las propiedades de las materia primas.

Trabajar con el capital con el cual hemos elaborado el proyecto para tener mayor disponibilidad de capital en caso de cualquier eventualidad.

TABLA DE CONTENIDO.

	Página
DEDICATORIA.	
INTRODUCCION.	3
OBJETIVOS.	4
AGRADECIMIENTOS.	5
JUSTIFICACION.	7
RESUMEN.	8
2.0. GENERALIDADES.	10
3.0. ESTUDIO DE MERCADO.	12
3.1. Sondeo de mercado.	12
3.2. Volumen de la demanda.	13
3.2.1. Estimación global de la demanda.	14
3.2.2. Oferta.	14
3.2.3. Estimación global de la demanda.	15
3.2.4. Oferta global de la demanda.	15
3.3. Resultado del estudio de mercado.	16
3.3. Demanda actual.	17
3.4. Oferta actual.	17
3.5. Tamaño o capacidad.	18
3.5.1. Capacidad teórica.	19

3.5.2.	Capacidad disponible.	19
3.6.	Estrategias de mercado	20
4.0.	ESTUDIO TECNICO.	21
4.1.	Insumos.	21
4.2.	Descripción del proceso productivo.	22
4.2.1.	Adquisición de materia prima.	22
4.2.2.	Adquisición y recolección de la leche.	23
4.2.3.	Elaboración del queso.	24
4.2.4.	Elaboración del arequipe.	25
4.2.5.	Elaboración de las panelitas.	26
4.2.6.	Comercialización del producto.	27
4.2.7.	Distribución de productos.	28
4.3.	Maquinaria y equipo.	30
4.4.	Características del producto.	31
4.4.1.	Leche.	31
4.4.2.	Queso y cuajada.	32
4.4.3.	Arequipe.	32
4.4.4.	Panelitas.	33
4.5.	Localización.	34
4.5.1.	Macro - localización.	34
4.5.2.	Micro-localización.	34
4.6.	Infraestructura localización de planta.	35

5.0. NORMAS LEGALES.	37
5.1. Registro único tributario.	37
5.2. Matricula en el registro mercantil.	37
5.2.1. Competencia desleal.	38
5.2.2. Deber del comerciante.	39
5.3. Licencia de funcionamiento.	40
5.4. Impuesto de industria y comercio.	40
5.5. Registro de marcas patentes	40
5.6. Visto bueno de seguridad industrial	41
5.7. Seguro social.	41
5.8. Derechos de autor.	41
6.0. ASPECTOS ORGANIZACIONALES.	42
6.1. Esquema de organización.	42
6.2. Descripción de cargos.	43
6.2.1. Administrador.	43
6.2.2. Secretaria.	43
6.2.3. Supervisor.	43
6.2.4. Operarios.	44
6.2.5. Conductor.	44
6.2.6. Vendedor.	44
6.3. Escala de salarios.	45
6.4. Sistemas de información.	46

6.5. Constitución de la empresa.	46
6.5.1. Normas legales.	46
6.5.2. Aportación superior a bienes.	47
6.5.3. Prohibiciones.	48
6.5.4. Cesión de cuotas.	48
6.5.5. Justificación de utilidades.	48
6.5.6. Normas aplicables a la empresa unipersonal.	48
 7.0. ESTUDIOS FINANCIEROS.	 50
7.1. Activo fijo.	51
7.2. Activo corriente.	53
7.3. Recursos financieros.	56
7.4. Punto de equilibrio.	56
7.4.1. Queso	56
7.4.2. Arequipe personal.	56
7.5. Financiamiento.	58
7. 6. Estado e resultados.	59
7. 7. Estado de pérdidas y ganancias.	60
7.8. Razones financieras.	61
 8.0. EVALUACION DEL PROYECTO.	 62
8.1. Valor presente de egresos.	62
8.2. Valor presente de ingresos.	63

8.3. Cálculo de la TIR o tasa interna de retorno	64
9.0. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.	65
10.0. EFECTOS DEL PROYECTO.	67
10.1. Efecto social.	67
10.2. Efecto ecológico.	67
CONCLUSIONES.	
RECOMENDACIONES.	
LISTA DE TABLAS.	
LISTA DE CUADROS.	
BIBLIOGRAFIA.	
ANEXOS.	

LISTA DE CUADROS.

CUADRO No 1. Estimación global de la demanda.

CUADRO No 2. Estimación global de la demanda.

CUADRO No 3. Oferta global de la competencia.

CUADRO No 4. Demanda actual.

CUADRO No 5. Tamaño o capacidad.

CUADRO No 6. Muebles y enseres.

CUADRO No 7. Maquinaria y equipo.

CUADRO No 8. Inventario de materias primas.

CUADRO No 9. Gastos de operación

CUADRO No 10. Gastos operacionales.

CUADRO No 1 2. Estado de resultados.

CUADRO No 13. Estado de pérdidas y ganancias.

CUADRO No 14. Razones financieras.

CUADRO No 15. Flujo de fondos.

LISTA DE TABLAS.

TABLA No 1. Nutricional de la leche.

TABLA No 2. Nutricional del queso y cuajada.

TABLA No 3. Nutricional del arequipe.

TABLA No 4. Valor presente de egresos.

TABLA No 5. Valor presente de ingresos.

TABLA No 6. Ingresos por venta con el 10 y 20% de descuento.

BIBLIOGRAFIA

Proyectos fases
Anteriores

Entidades territoriales
CEGA Y DANE

Formulación y evaluación
De proyectos
UNISUR

Matemática financiera
POL SANTANDREU
Gestión 2000 com.

LISTA DE ANEXOS

ANEXO No 1. Balance general proyectado 2005

ANEXO No 2. Estado de pérdidas y ganancias proyectado 2005.

ANEXO No.3. Balance general proyectado 2006

ANEXO No 4. Estado de pérdidas y ganancias proyectado 2006.

ANEXO No 5. Balance general proyectado 2007.

ANEXO No 6. Estado de pérdidas y ganancias proyectado 2007.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
A diciembre del 2005

INGRESOS OPERACIONALES BRUTOS	150.000.000	
menos Devoluciones, rebajas y descuentos	0	
INGRESOS OPERACIONALES NETOS	150.000.000	
COSTO DE VENTAS	107.730.000	
UTILIDAD BRUTA	42.270.000	
<i>Gastos Operacionales</i>	31.404.333	
gastos de administración	22.614.000	
gastos de ventas	6.894.000	
gastos por depreciación	1.896.333	
UTILIDAD OPERACIONAL	10.865.667	
Ingresos no operacionales	0	
(-) gastos no operacionales	0	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	10.865.667	
(-)provisión impuesto de renta 35%	3.802.983	
(-)sobre tasa impuesto de renta 10%	380.298	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	6.682.385	

<p style="text-align: center;">BALANCE GENERAL A diciembre de 2005.</p>
--

ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		CORRIENTE	
Disponible		obligaciones financieras	0
caja	500.000	proveedores	0
bancos	55.222.000		
		pasivos estimados y provisiones	0
		impuesto de renta y	
		complementarios	4.183.282
Inventarios		TOTAL PASIVO CORRIENTE	4.183.282
materias primas	800.000		
en proceso	1.200.000		
terminado	800.000		
Diferidos			
gastos pagados por		PASIVO LARGO PLAZO	0
anticipado			
arrendos	450.000	TOTAL PASIVO	4.183.282
TOTAL ACTIVO			
CORRIENTE			
ACTIVO FIJO		PATRIMONIO	
Propiedad planta y equipo			
Maquinaria y equipos	10.320.000	Capital Social	67.000.000
Muebles y enseres	5.470.000	utilidad del ejercicio	6.682.385
Equipo de computo	5.000.000		
depreciación acumulada	-1.896.333		
TOTAL ACTIVO		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	77.865.667
		TOTAL PATRIMONIO	73.682.385
TOTAL ACTIVO FIJO			
TOTAL ACTIVO		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	77.865.667

<p style="text-align: center;">ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS A diciembre del 2006.</p>
--

INGRESOS OPERACIONALES BRUTOS	302.400.000
menos Devoluciones, rebajas y descuentos	0
INGRESOS OPERACIONALES NETOS	302.400.000
COSTO DE VENTAS	192.000.000
UTILIDAD BRUTA	110.400.000
<i>Gastos Operacionales</i>	71.849.333
gastos de administración	45.228.000
gastos de ventas	13.788.000
gastos por depreciación	12.833.333
UTILIDAD OPERACIONAL	38.550.667
Ingresos no operacionales	0
(-) gastos no operacionales	100.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	38.450.667
(-)provisión impuesto de renta 35%	13.457.733
(-)sobre tasa impuesto de renta 10%	1.345.773
UTILIDAD DEL EJERCICIO	23.647.160

BALANCE GENERAL
A diciembre del 2006.

ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		CORRIENTE	
Disponible		obligaciones financieras	0
caja	500.000	proveedores	500.000
bancos	20.386.666		
		pasivos estimados y provisiones	0
Inventarios		impuesto de renta y	
materias primas	1.500.000	complementarios	14.803.507
en proceso	2.400.000		
terminado	1.000.000	TOTAL PASIVO CORRIENTE	15.303.507
Diferidos		PASIVO LARGO PLAZO	0
gastos pagados por			
anticipado		TOTAL PASIVO	15.303.507
arriendos	6.000.000		
TOTAL ACTIVO			
CORRIENTE	31.786.666		
		PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO			
Propiedad planta y equipo			
		Capital Social	67.000.000
Maquinaria y equipos	10.320.000	utilidad del ejercicio	23.647.160
Muebles y enseres	5.470.000		
Equipo de computo	5.000.000		
vehículos	70.000.000		
		TOTAL PATRIMONIO	90.647.160
depreciación acumulada	-16.625.999		
TOTAL ACTIVO FIJO	74.164.001		
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	105.950.667
TOTAL ACTIVO	105.950.667		

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
A diciembre del 2007

INGRESOS OPERACIONALES BRUTOS	288.000.000
menos Devoluciones, rebajas y descuentos	0
INGRESOS OPERACIONALES NETOS	288.000.000
COSTO DE VENTAS	198.000.000
UTILIDAD BRUTA	90.000.000
<i>Gastos Operacionales</i>	81.857.333
gastos de administración	50.028.000
gastos de ventas	18.996.000
gastos por depreciación	12.833.333
UTILIDAD OPERACIONAL	8.142.667
Ingresos no operacionales	0
(-) gastos no operacionales	100.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	8.042.667
(-)provisión impuesto de renta 35%	2.814.933
(-)sobre tasa impuesto de renta 10%	281.493
UTILIDAD DEL EJERCICIO	4.946.240

<p align="center">BALANCE GENERAL A diciembre del 2007.</p>
--

ACTIVO

CORRIENTE

Disponible	
caja	600.000
bancos	6.204.665

Inventarios	
materias primas	1.500.000
en proceso	2.400.000
terminado	1.000.000

Diferidos	
gastos pagados por	
anticipado	
arriendos	6.600.000

TOTAL ACTIVO	
CORRIENTE	18.304.665

ACTIVO FIJO

Propiedad planta y equipo

Maquinaria y equipos	10.320.000
Muebles y enseres	5.470.000
Equipo de computo	5.000.000
vehículos	70.000.000
	-
depreciación acumulada	33.251.998

TOTAL ACTIVO FIJO	57.538.002
--------------------------	-------------------

TOTAL ACTIVO	75.842.667
---------------------	-------------------

PASIVO

CORRIENTE

obligaciones financieras	0
proveedores	800.000

pasivos estimados y provisiones	0
impuesto de renta y	
complementarios	3.096.427

TOTAL PASIVO CORRIENTE	3.896.427
-------------------------------	------------------

PASIVO LARGO PLAZO	0
---------------------------	----------

TOTAL PASIVO	3.896.427
---------------------	------------------

PATRIMONIO

Capital Social	67.000.000
utilidad del ejercicio	4.946.240

TOTAL PATRIMONIO	71.946.240
-------------------------	-------------------

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	75.842.667
----------------------------------	-------------------

